Obligaciones de información y publicidad en la nueva ley de protección al consumidor

Emilio José Archila Peñalosa

- “Mentir es malo, porque cuando miento constituyo una relación que es esencialmente de explotación. Viola el principio de respeto (a las personas), pues debo afirmar que la mente de la otra persona está disponible para mí en una forma en la cual yo no estaría de acuerdo que estuviera la mía para él – porque si acepto lo que hago, entonces yo no esperaría que mi mentira fuera creída.. (…)

- (…) Cuando yo miento, yo soy como un falsificador; yo no quiero el mercado inundado con moneda falsificada; no quiero de regreso mi billete falso. Además, mintiéndote, afirmo un principio unilateral injusto en relación con un interés y una capacidad que es crucial, tan crucial como la integridad física; tu racionalidad y tu libertad. Cuando hago un daño físico intencional, digo que tu cuerpo, tu persona, está disponible para mis propósitos. Cuando yo miento, reclamo tu mente. [C. Fried, Right and Wrong 67 (1978)]".

Información

Importancia de la información

Para el funcionamiento del mercado: El acceso a la información permite reducir asimetrías, ofrecer lo que efectivamente necesita la economía y elimina costos de transacción.

Como mecanismo de competencia: (i) genera que los empresarios adopten decisiones costo – eficientes, como la de ofrecer en el mercado las unidades que maximizan su utilidad (ii) permite que exista transparencia en las transacciones del mercado.

Mecanismo de protección de consumidores: Permite que los consumidores adopten decisiones de consumo razonables, tendientes a satisfacer sus necesidades, permitiendo comparar los productos en el mercado, accediendo a productos con mejor precio y calidad.

Concepto de información

"Todo contenido y **forma** de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia **relevante** respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización" (Art. 5 n° 7)

El decreto 3466 de 1982 no señala definición de información.

La Circular Única trata como información a:

(i) la propaganda comercial, (ii) marcas (iii) leyendas y (iii) la presentación de los productos. (Cap. 2, numeral 2.1.1)

Requisitos de la información

- Clara: Evidente, manifiesta. Estar seguro de ello, no tener dudas.
- Veraz: Que sea cierta
- Suficiente: Que sea completa
- Oportuna: Que se hace o sucede en tiempo a propósito y cuando conviene.
- Comprobable: Que se puede comprobar.

- Comprensible: Que se pueda comprender. La Información mínima debe estar en **castellano**. La ley señala que la información mínima es: (i) manual de instrucciones (ii) cantidad, peso o volumen (iii) fecha de vencimiento (iv) especificaciones del bien o servicio (v) la relativa a las garantías que le asisten al consumidor (vi) el precio (art. 24). También se debe utilizar en idioma castellano las condiciones generales de los contratos. Los precios deben estar indicados **en pesos colombianos**. Los contratos escritos deben ser **legibles** a simple vista.

- Precisa: Puntual, fija, exacta, cierta, determinada.
- Idónea: Adecuada y apropiada.

Información sobre los productores

Productos «en razón de la persona»: Varias de las características de la información, harán que la identidad deba revelarse.

Productos sujetos a RT: Los productores, previamente a ponerlos en circulación o a la importación, deben informar a la autoridad de control (i) nombre del productor o importador, (ii) representante legal o agente en el país, (iii) dirección de notificaciones; y (iv) información adicional que determine el regulador

Información sobre los productos

Información obligatoria para todos los productos:

A ser suministrada por el productor:

- Manual de instrucciones,
- Cantidad, peso y volumen de acuerdo con el Sistema Internacional de Unidades
- Fecha de vencimiento
- Especificaciones del bien o servicio. Si la autoridad competente exige especificaciones técnicas particulares, deberán incluirse.

A ser suministrada por el proveedor o expendedor:

- Debe verificar la existencia de la información a cargo del productor, previamente a su comercialización.

– Garantías que le asisten al consumidor

– Precio

Precio no regulado: (i) en pesos colombianos, (ii) incluyendo todos los impuestos y costos adicionales. Se informa visualmente. El consumidor solo está obligado a pagar el precio anunciado (concordante con lo señalado en la circular única).

Precio regulado: (i) el precio establecido será el precio máximo y (ii) debe ser informado en el cuerpo mismo del producto.

Precio sugerido: La SIC ha señalado que el proveedor o expendedor está obligado a fijar el precio, aunque en el producto se haya sugerido un precio por el productor y que con dicho precio sugerido no se da cumplimiento a la obligación establecida en el artículo 18 del decreto 3466 de 1982.

La nueva ley no establece ninguna referencia al precio sugerido

Defensas

Solo es posible exonerarse de responsabilidad, demostrando (i) fuerza mayor, (ii) caso fortuito o (iii) que la información fue adulterada o suplantada sin que hubiese podido evitar la adulteración o suplantación.

Es la misma prevista en el art. 32 del decreto 3466 de 1982. La SIC nunca ha declarado la existencia de esta causal.

Información sobre productos peligrosos

Para productos que por su naturaleza o componentes sean nocivos para la salud, deberá indicarse claramente y con caracteres legibles, en sus etiquetas, envases o empaques o en un anexo: (i) su nocividad, (ii) condiciones e indicaciones de uso; y (iii) contraindicaciones.

Esta disposición es la misma que la incorporada en el decreto 3466 de 1982.

Sobre imperfectos, usados, reparados, remanufacturados , repotencializados o descontinuados

- Se debe indicar dicha circunstancia de forma precisa y notoria, acorde con las instrucciones por parte de la SIC.

Otras obligaciones de información consagradas en la ley

Contratos de adhesión: Informar suficiente, anticipada y expresamente sobre la existencia, efectos y alcance de las condiciones generales, en idioma castellano.

Clausulas de permanencia mínima y de prórroga automática: deben ser informadas al consumidor y la SIC podrá instruir sobre la materia.

Ventas financiadas: Informar el monto a financiar, interés remuneratorio y moratorio expresado en efectiva anual, sistema de liquidación, periodicidad de los pagos, número de cuotas, monto de la cuota y retracto.

Ventas que utilizan métodos no tradicionales o ventas a distancia: Previo a la adquisición, la disponibilidad del producto, el derecho de retracto, el término para ejercerlo, el término de duración de las condiciones comerciales y el tiempo de entrega.

En comercio electrónico: (i) Identidad del expendedor, (ii) información actualizada de los productos (iii) plazo de validez de la oferta (iv) disponibilidad de productos (v) condiciones generales de los contratos, (vi) medios de pagos, (vii) tiempo de entrega, (viii) derecho de retracto, (ix) precio total

La nueva ley ordena al Gobierno Nacional la reglamentación del derecho a la información de los niños, niñas y adolescentes

Publicidad

Concepto de publicidad

Toda forma y contenido de comunicación, que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo (Art. 5 Num 12).

Obligados en materia de publicidad

- Anunuciante: No se consagra definición en la ley de consumidor. Persona natural o jurídica, pública o privada, que requiera informar o promocionar la existencia, características, etc, de bienes, productos o servicios. (Código de autorregulación publicitaria art. 6)

  Responde por las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad.

- Medio de comunicación: No se consagra definición en la ley de consumidor. Vehículo utilizado para la difusión del anuncio (Código de autorregulación publicitaria art. 6).

  Responde solidariamente por las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad, solo en caso que se demuestre que actuó con dolo o culpa grave.

- El Título II capítulo segundo de la Circular Única al referirse al tema de información y publicidad, plantea que la obligación es del anunciante, sin tener en cuenta el carácter de productor o expendedor de los productos.
- La SIC en varias decisiones plantea la responsabilidad de las superficies con el productor del bien, cuando las promociones son creadas por el productor del bien y anunciadas en la superficie.

Condiciones de la publicidad

Condiciones generales:

Fuerza vinculante. Las condiciones objetivas y específicas anunciadas obligan al anunciante en los términos expuestos en la publicidad.

Prohibida la publicidad engañosa: La que no corresponda a la realidad, que sea insuficiente o que induzca o pueda inducir en error, engaño o confusión al consumidor

Condiciones para la de productos peligrosos:

Se debe advertir claramente al público acerca de su nocividad y de la necesidad de consultar las condiciones o indicaciones para su uso correcto, así como las contraindicaciones del caso. (art. 31)

Se hace la salvedad que lo dispuesto en este artículo no puede ir en contravía de las leyes específicas que prohíban la publicidad para productos que afectan la salud.

Condiciones para la de promociones y ofertas:

Información completa: Se deben informar las condiciones de tiempo, modo, lugar y los demás requisitos para acceder a la promoción u oferta.

Fecha de iniciación, De no indicarse, se entenderá que rige desde el momento en que fue dada a conocer al público.

Fecha de finalización: La omisión de la fecha o de indicarse que es valida hasta agotar inventario determinado, hará que se extienda hasta que se de a conocer su revocatoria, por los mismos medios e intensidad.

Defensas

El anunciante solo podrá exonerarse por (i) fuerza mayor (ii) caso fortuito, o (iii) que la publicidad fue adulterada o suplantada sin que hubiese podido evitar la adulteración o suplantación.

Es la misma prevista en el decreto 3466 de 1982. La SIC nunca ha declarado la existencia de esta causal.

ARCHILA ABOGADOS

Cra. 14 n° 94A 61, of 307. Tel: 618 1697
earchila@archilaabogados.com
earchila@uexternado.edu.co